

Tiara Raindini Salsa bila	Analisis Strategi Bisnis Toko Vaanila Sweet Cimanggu Bogor, 2023	Business Model Canvas (BMC), Matriks IFE (Internal Factor, Evaluation), Matriks EFE (External Factor, Evaluation), Matriks IE (<i>Internal-External Matrix</i>). Matriks SWOT, QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	Skor IFE: 2,783 dan EFE: 3,494, menunjukkan posisi kuadran II (Tumbuh dan Membangun) pada Matriks IE. Strategi prioritas yang dapat diterapkan adalah strategi W-T, seperti mengoptimalkan media pemasaran dengan mengadakan diskon untuk menghadapi persaingan. BMC baru menunjukkan: Segmentasi pelanggan: generasi muda usia 18–30 tahun, masyarakat perumahan, pecinta <i>dessert</i>, wisatawan lokal. Proposisi nilai: inovasi produk secara berkala.
--	---	--	--

			<i>Channels:</i> perluasan ke TikTok, YouTube, dan website. Mitra kerja: mulai melibatkan <i>food vlogger, food blogger</i>, dan selebgram. Penambahan sumber daya dan biaya operasional, namun dapat diimbangi dengan peningkatan efektivitas pemasaran digital.
Khusnul Hayati	Usulan Penerapan <i>Business Model Canvas</i> (BMC) Dalam Menentukan Strategi Bersaing (Studi Kasus Pada PT. Bina Artha Ventura Cabang Babelan Bekasi) Tahun 2023	Pendekatan studi kasus <i>Business Model Canvas</i> (BMC) (9 blok elemen) Analisis SWOT, termasuk: Evaluasi Faktor Internal (Kekuatan + Kelemahan) Evaluasi Faktor Eksternal Diagram SWOT → Kuadran I (Strategi Agresif)	Perusahaan memiliki seluruh elemen dalam <i>Business Model Canvas</i>. Berdasarkan analisis SWOT, perusahaan berada pada kuadran I → strategi agresif. Rekomendasi strategi: Pengembangan pasar: memperluas segmen pelanggan. Penetrasi pasar: melalui

			pengembangan personal branding staf dan peningkatan aktivitas pemasaran digital. Pengembangan produk: dengan peluncuran produk Individual Lending. Strategi integrasi: untuk memperkuat <i>value proposition</i> perusahaan
--	--	--	--

1.1 Kerangka Pemikiran

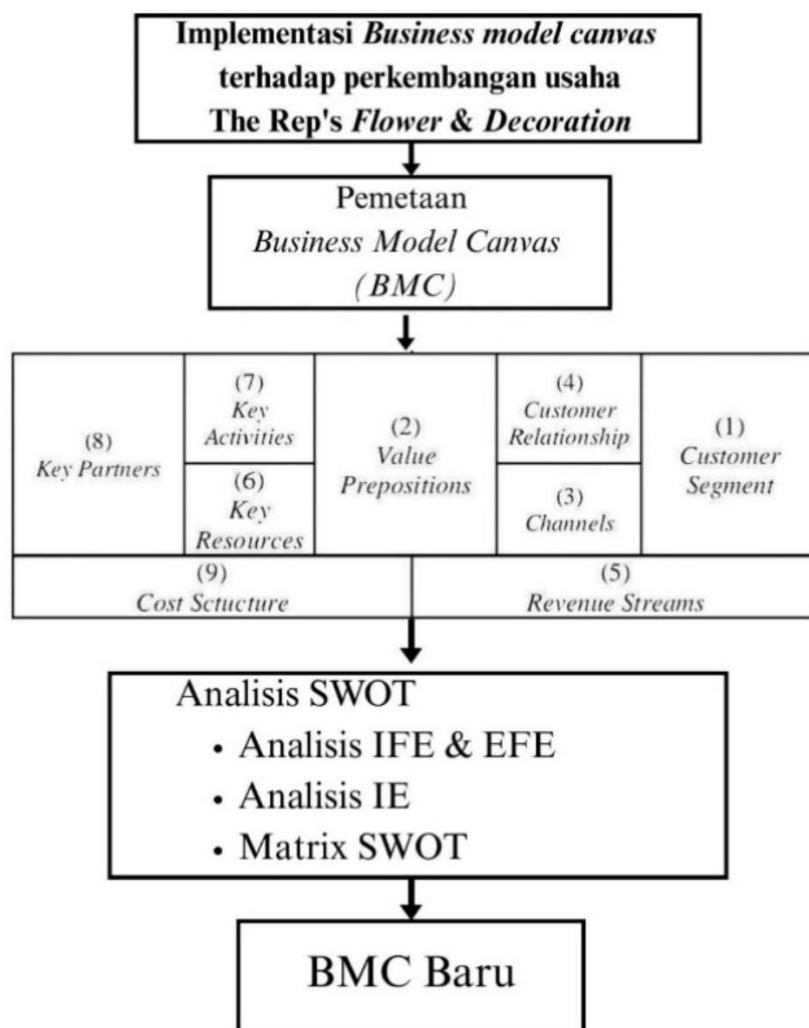
Penelitian ini diawali dengan langkah mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh The Rep's *Flower & Decoration* melalui penggalan informasi mendalam, salah satunya dengan melakukan wawancara bersama pihak internal perusahaan. Hasil wawancara tersebut kemudian diterapkan ke dalam sembilan blok elemen pada *Business Model Canvas* (BMC) sebagai alat untuk mengevaluasi model bisnis yang telah berjalan. Penerapan konsep BMC ini bertujuan memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi usaha saat ini. Selanjutnya, hasil implementasi BMC dievaluasi menggunakan Analisis SWOT untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang ada, sehingga dapat memberikan dasar yang kuat dalam merumuskan strategi bisnis yang tepat untuk menghadapi persaingan

- *Customer Segments* menggambarkan kelompok pelanggan yang menjadi fokus utama perusahaan, di mana aktivitas bisnis secara langsung berhubungan dengan pengelolaan dan pemenuhan kebutuhan pelanggan tersebut.

- *Value Propositions* merupakan blok yang menitikberatkan pada penawaran nilai unik dari perusahaan untuk memecahkan masalah pelanggan dan memberikan kepuasan yang optimal.
- *Channels* menjelaskan bagaimana perusahaan menjalin hubungan dengan pelanggan melalui jalur komunikasi, distribusi, serta saluran penjualan yang efektif agar produk atau layanan dapat sampai ke tangan pelanggan dengan tepat.
- *Customer Relationships* merujuk pada pola hubungan yang dibangun oleh perusahaan dengan pelanggan, termasuk strategi segmentasi yang digunakan untuk menjaga loyalitas dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- *Revenue Streams* mendeskripsikan sumber-sumber pendapatan yang diperoleh perusahaan sebagai hasil dari keberhasilan proposisi nilai yang ditawarkan kepada pelanggan.
- *Key Resources* berfokus pada berbagai sumber daya penting yang diperlukan perusahaan, baik berupa aset fisik, finansial, manusia, maupun intelektual, guna mendukung kelancaran operasional bisnis.
- *Key Activities* memuat rangkaian aktivitas inti yang harus dilakukan perusahaan untuk memastikan bahwa proposisi nilai dapat diwujudkan dengan baik dan diterima pelanggan.
- *Key Partnerships* menggambarkan kerja sama strategis yang dijalin dengan pihak eksternal atau mitra bisnis, guna menunjang pelaksanaan aktivitas utama di luar sumber daya internal yang tersedia.
- *Cost Structure* menjelaskan elemen-elemen yang membentuk struktur biaya perusahaan, mulai dari biaya tetap hingga variabel, yang mendukung jalannya seluruh blok model bisnis tersebut.

Setelah memahami bagaimana penerapan *Business Model Canvas* berjalan selama ini, langkah berikutnya adalah melakukan analisis dengan metode SWOT. Analisis ini bertujuan untuk memetakan berbagai faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dihadapi oleh usaha *The Rep's Flower & Decoration*. Pemetaan ini memiliki manfaat penting dalam merumuskan strategi

pengembangan usaha yang dapat diterapkan secara berkelanjutan. Dengan analisis SWOT tersebut, diharapkan dapat diidentifikasi alternatif strategi pengembangan usaha yang relevan bagi *The Rep's Flower & Decoration*. Selain itu, melalui proses ini juga akan terungkap faktor-faktor yang mendukung maupun yang menghambat pelaksanaan model bisnis berbasis *Business Model Canvas*. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka kerangka pemikiran penelitian ini dapat disusun sebagaimana yang ditunjukkan pada bagan di bawah ini:



Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran